

東京女子大学  
経済研究  
第1号 2013年3月

## 卒業論文要約

### 金大中の対日大衆文化開放政策の研究 —開放後の韓国大衆文化の成長を中心に—

遠山優香

#### 序論

筆者は3年次の夏期休暇に、東京女子大学が主催する日韓学生交流に参加した。日本では既に韓国の大衆文化が人気を集めていたが、韓国の学生も日本のドラマや歌についてよく知っていることに驚いた。日本語を専攻している学生は勿論であるが、日本語を学んでいない学生までもが、日本のドラマに出てきた台詞を暗記していたり、カラオケでJ-POPを熱唱したりする。中には日本のテレビドラマや漫画を見て、日本語を勉強するに至ったという人もいた。

韓国の街を見ても、CDショップへ行くと、J-POPのコーナーが広い範囲を占め、書店に日本の雑誌や本が豊富な品揃えで並べてあることに気付いた。実際に韓国へ足を運び、韓国における日本の大衆文化の浸透を実感した。

しかし約十数年前までは、韓国では正式に日本の大衆文化を享受することが許可されてはいなかった。その門戸を開いたのが金大中であり、現在の日韓大衆文化交流の先駆けを担った金大中の対日大衆文化開放政策について興味を持った。

この論文では、金大中が日本大衆文化を開放するまでの道のりと、開放したこととで起こった変化を明らかにしたい。

#### 第1章 金大中の政治人生

金大中政権は大統領選挙で初めて野党を勝利させ、50年ぶりに権力の水平的交代を実現した。当初から日韓歴史認識問題の克服を信念として掲げた。また、南北関係改善や南北首脳会談を成功させ、韓国初のノーベル平和賞も受賞した。しかし民主主義の定着に専念したものの、経済危機により、政治よりは経済に重点を置いた。

## 第2章 対日大衆文化開放政策の内容

韓国では、過去に植民地支配を受けたという歴史的事実からくる「対日感情」への懸念、韓民族固有の文化が侵略されるのではないかとの不安と警戒感から派生する「国民感情」への配慮、国内の文化産業が圧迫されるという「経済的影響」への危惧から、1998年まで日本の大衆文化の「開放」が行われず、輸入や流通などの公式的な取引と視聴を一般国民に対し規制してきた。

韓国における事実上の日本大衆文化規制政策は、朴正熙政権時代に確立した。日本大衆文化の流入に対する警戒感の高まりを背景として、文化関連法により、政府が日本大衆文化の輸入・公開を許可する例はほとんどなく、それを扱わないということが文化関連業界側の自主規制として定着していった。

しかし実際には1960年代のうちから、正規ルートを経ずに韓国に持ち込まれた雑誌などが大量に流通し始め、日本の作家や出版社の許可を得ぬまま韓国語に翻訳・出版された。

1980年代以降、国際社会において、貿易の自由化が急速に拡大し、貿易自由化の促進や知的所有権の保護が国際的な潮流となるに従い、韓国国内における海賊版対策の不備や外来大衆文化に対する輸入規制は、国際化になじまないとして非難を招くようになった。急速な経済成長を経て国際経済に積極的に参加するようになった韓国は、こうした非難を回避するため、海賊版の一掃を約束した。この国際化の過程で韓国政府は、国内文化産業を貿易自由化に備えさせるだけでなく、新たな経済成長の基軸へと育てるための積極的な育成に乗り出すことも選択した。

1988年にはソウルオリンピックが開催されたことで、旧共産国圏の文化の受け入れが開始された。盧泰愚政権から金泳三政権にかけては「日本文化にだけ門戸を閉ざしているのは好ましくない」と、高官の発言によって政府レベルで問題が提起され始め、開放措置の検討が始まった。

1998年に成立した金大中政権は、4月17日に日本大衆文化の段階的な開放方針を表明し、その具体策の検討を開始した。

表1 対日大衆文化開放の内容まとめ

	第1次開放 1998年10月20日	第2次開放 1999年9月10日	第3次開放 2000年6月27日	第4次開放(2004年 1月1日より実施) [2003年9月に開 放決定された部分]	第4次開放[2003年12月 に開放が決定された部分]
映画 及び ビデオ	日韓共同制作作品及び4大国際映画祭(カンヌ、ベニス、ベルリン、アカデミー)の受賞作品、ビデオでは劇場で公開されたものを開放	劇場用アニメを除く映画の大幅開放(7大映画祭の入賞作、年齢制限のない作品を開放)	「18歳未満閲覧不可」の作品以外全て(劇場用アニメを除く)、国内映画祭で受賞した劇場用アニメを開放。ビデオは劇場で公開されたものを開放	映画は全て、ビデオは国内で公開されたものを開放	
出版	日本語版出版漫画及び漫画雑誌を開放				
歌謡 公演		二千席以下の室内公演場での歌謡公演(公演の実況放送、レコードやビデオ販売は不可)を開放	室内外の区別なく全面開放		
レ コ ー ド			日本語による歌以外(演奏のみ、第3国語・韓国語翻訳による)を開放	(CD、テープなど)日本語による歌を含め全て開放	
ゲー ム ソ フ ト			ゲーム機用テレビゲームソフト以外のゲームソフト(パソコンゲーム、オンラインゲーム、ゲームセンター用のゲームなど)を開放	ゲーム機用テレビゲームソフトを含め全て開放	
放送			全ての放送媒体によるスポーツ、ドキュメンタリー、報道番組の開放。 映画のテレビ放映については、ケーブル・テレビ、衛星放送において第2次開放の基準を満たす劇場公開された作品を開放		・ケーブル・衛星放送 生活情報・教養番組、映画・劇場用アニメ(国内で放送されたもの)、及び日本語歌謡を全て開放。ドラマは「12歳観覧可」の番組、共同制作ドラマにつき放送を開放。その他の娯楽番組(バラエティー、トークショーなど)は未開放 ・地上波放送 生活情報・教養番組、映画(国内放送されたもの)を全開放。日本語歌謡の放送は韓国内で公演されたもの、韓国の番組へ出演する場合につき開放。ドラマは共同制作ドラマにつき開放。劇場用アニメ、その他の娯楽番組は未開放
劇場 用ア ニ メ					2006年に全て開放

(在大韓民国日本国大使館 広報文化院ホームページ <http://www.kr.emb-japan.go.jp/people/> より作成)

### 第3章 開放政策後の結果と影響

日本大衆文化の段階的開放措置が発表される前には、韓国の文化産業への影響が懸念されていたが、実際は恐れていたほどではなかった。韓国の文化産業界が充実したソフトを供給できている証にもなるが、「誰もが見られるようになった日本大衆文化にはもう魅力がない」という人々の心の変化を理由に挙げる専門家らもいる。韓国社会に「日本文化」、「日本的なもの」が想像以上に深く根付いてしまっていたとも言える。近年の放送技術や情報技術の進化によって更に流入が進んだことにより、特に若年層の間で日本文化は目新しく新鮮なものではなくなっているようである。

このような日本大衆文化の不人気、日本大衆文化開放に対する警戒感を徐々に緩和する重要な判断材料にもなった。

韓国がコンテンツ輸出を実施する背景としては、輸出による経済性向上、幼稚産業保護論<sup>1</sup>、ソフトパワーの強化がある。1990年代末から本格化した放送振興策によって2000年代にアジアを中心に韓流ブームが起こったが、その成功は、幼稚産業保護政策の施行が世界市場での優位性確保にも効果があることを証明した。

韓国における日本文化の開放により、韓国も正式に日本のテレビドラマや映画、音楽などの焼き増し版を制作する権利を獲得し、韓国国内のみならず、アジア市場をも睨んだ制作を行うようになった。公式的な開放により、韓国も違法なコピーや単純な模倣ではない、新たな文化商品を制作するようになったと捉えることもできる。

韓国コンテンツの輸出は、周辺国向けに1990年代末から始まったが、特に中国と東南アジアを中心にテレビドラマなどが人気を得ていた。日本では、2003年4月にNHK衛星第2テレビジョンが放送したテレビドラマ「冬のソナタ」の人気により、「韓流<sup>2</sup>」ブームは軌道に乗った。

韓流は大衆文化の流行、関連商品の販売増加、韓国商品の販売増加、韓国そのものへの関心の高まりと段階を踏んで拡大、発展した。

韓国政府は韓流ブームの拡大とそれによる経済効果の向上を図るため、「韓流指数」を開発した。現在、韓流を主導しているのは、音楽であるという評価が出た<sup>3</sup>。

表2 韓国コンテンツ産業の売上高の推移

(単位: 億ウォン・%)

産業	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2008 年の割合	2004~2008 年までの年平均成長率
出版	189,210	193,922	198,793	215,955	210,529	35.70%	2.70%
漫画	5,059	4,362	7,301	7,616	7,233	1.20%	9.30%
音楽	21,331	17,899	24,013	23,577	26,021	4.40%	5.01%
ゲーム	43,156	86,798	74,489	51,436	56,047	9.50%	6.80%
映画	30,224	32,948	36,836	32,045	29,546	5.00%	-0.60%
アニメ	2,650	2,338	2,886	3,111	4,048	0.70%	11.20%
放送	77,728	86,352	97,198	105,343	109,581	18.60%	9.00%
広告	80,260	84,178	91,180	94,346	93,116	15.80%	3.80%
キャラクター	42,193	20,759	45,509	51,156	50,987	8.60%	4.80%
エデュテイメント	8,790	9,925	1,180	1,558	2,403	0.40%	-27.7%
合計	500,601	539,481	579,385	586,147	589,511	100.00%	4.20%

(出所) 日本貿易振興機構 (2011) p41

## 第4章 日韓文化交流の現状

2011 年、鄭柄国（チョン・ビョングク）文化体育観光部長官は、地上波の放送局で認められていない日本のドラマの放映を解禁すべきだとの考えを発表し、「日本では韓流が拡散し、今はあらゆる面で韓国が文化的に優位になっている」と強調した。韓国で端を発したガールズバンドブームは、2010 年前半から日本・東南アジアに急速な広がりを見せた。

一方、2011 年 7 月下旬に、ある俳優がフジテレビの韓流番組が多いと批判する内容をツイッター上に投稿したことで、8 月下旬にテレビ局を取り囲む数千人のデモに発展する騒動も起こった。

しかし日韓大衆文化交流の拡大によって得られる利益が存在する限り、交流を維持・拡大しようとする働きかけは、今後も続くと思われる。

また、大衆文化の浸透の背景には隣国同士である日韓両国の文化基盤自体の中に既に共通の文化伝統が存在していることも指摘されている。

しかし、韓国には外国映画や外国番組の比率を一定以下に抑えるスクリーンクォータ制と放送番組クォータ制が存在している。こうした事実は、今も韓国大衆文化産業が自らの国際競争力に対して慎重な見方を見せることにもなり、韓国をめぐる大衆文化交流のあり方が、産業的な側面から規定されていることを示し

ている。

## 結論

(1) 日本大衆文化は「対日感情」への懸念、「国民感情」への配慮、「経済的影響」への危惧から開放が許可されていなかったが、海賊版などの流入で、国民は無意識のうちに日本大衆文化に触れていた。

(2) ソウルオリンピックや経済成長で国際社会の仲間入りを果たすようになるにつれて、大衆文化の輸入規制は国際化になじまないとして非難を浴びるようになり、日本大衆文化の開放を検討し始めた。同時に自国の新たな経済成長の基軸として文化産業を育成する準備を始めた。

(3) 金大中は日本大衆文化開放と同時に自国の文化産業育成を本格的に始めた。規制から支援へと重点を変えた法律を整備し、海外にも目を向けながら支援をしている。

(4) 日本大衆文化が開放されても韓国の文化産業は特に打撃を受けなかった。それは以前から接してきた日本大衆文化に冷めた国民の気持ちの現れであるとも言えるが、日本大衆文化への警戒が緩和されたという効果もあった。

(5) 日本大衆文化から受けた影響には、韓国も正式に日本のテレビドラマや映画、音楽などの焼き増し版を制作する権利を獲得し、韓国国内のみならず、アジア市場をも睨んだ制作を行うようになったことに加え、公式的な開放により、違法なコピーや単純な模倣ではない、新たな文化商品を制作しなくてはならなくなったことが挙げられる。

(6) 韓国の自国文化産業強化により、韓国の大衆文化は人気を取り、2000年代にアジアで韓流ブームを起こした。

(7) 韓流ブームは韓国大衆文化に関連する商品だけでなく、韓国の日用品、ひいては韓国文化全般への興味へと波及させ、経済効果をあげている。

(8) 韓国がコンテンツ輸出を実施し続けるのには、輸出による経済性向上、幼稚産業保護論、ソフトパワーの強化が背景にある。

(9) 現在韓流ブームの主導を握っているのは音楽である。日韓大衆文化交流の拡大によって得られる利益が存在する限り、こうした交流を維持・拡大しようとする働きかけは、今後も当面の間続くと考えられる。

(10) 日本と韓国の間には、隣国同士である日韓両国の文化基盤自体の中に既に共通の文化伝統が存在しているので、両国間の大衆文化交流は、長年に渡って伏流としてあったものが堂々と表面に姿を現してきたものだとも考えることができる。

(11) 韓国の課題としては、スクリーンクォータ制度、放送番組クォータ制度の撤廃、日本大衆文化全面開放に向けて、地上波で認められていない日本ドラマ

の放映解禁などが挙げられる。

筆者が気がかりに思うことは、日本との歴史問題などが起きる度に対日感情が悪化してしまったり、開放が中止されたりしてしまうという日韓関係の脆さである。しかし、今は文化交流と政治は別に考えてもよい時代なのではないか。文化交流で相互理解を深めることによって、徐々に和解していく方法でもよいのではないかと筆者は考える。

金大中は子供時代に日本に支配される屈辱を味わったにも拘らず、日本と親睦を深めようとしてくれた。彼は最近更に加熱している韓流ブームのことを喜んでくれているであろう。

最後に、軟禁、投獄、海外避難、何度にもわたる選挙の落選にも負けずに人生を歩んだ金大中の真摯な態度を讃えたい。

---

<sup>1</sup> 将来の成長を期待されれば、十分な競争力を持たない産業でも、保護貿易の対象とすべきという論理。韓国においてはコンテンツ産業を国の戦略産業として育成することを示す。

<sup>2</sup> 韓流は中国、香港、台湾、日本、ベトナムなどを中心に、韓国の音楽、ドラマ、映画、ファッション、ゲーム、飲食、ヘアスタイルなどの大衆文化と韓国の人気芸能人に憧れ、真似しようとする文化現象をいう。1997年にテレビドラマ「星に願いを（原題：星は私の胸に）」が香港で人気を得たことをきっかけに「韓流」に注目が集まり、男性デュオ「クロウン」が台湾で絶大な人気を得た後、中国でHOT、NRG、ベイビーボックス（Baby V.O.X）などアイドルグループの人気が高まったことで「韓流」ブームの人気に火がついた。

<sup>3</sup> 東南アジアで東方神起、SHINee、少女時代、レインなどが人気を博し、日本に先行してアイドルグループブームが形成されたり、現地人メンバーが韓国のグループに新たに加わり、現地での人気向上に貢献したりしていることから窺える。

#### 主要参考文献

- 小此木政夫・張達重編 (2005),『戦後日韓関係の展開』慶応義塾大学出版会。  
外務省 (2011),「大韓民国」(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/korea/index.html>)。  
鄭榮蘭 (2009),「韓国における日本文化開放とその文化的・経済的影響」『アジア太平洋研究科論集』,17:17-35。  
日本貿易振興機構 (2007),『韓国におけるコンテンツ市場の実態』。  
日本貿易振興機構 (2011),『韓国のコンテンツ振興策と海外市場における直接効果・間接効果の分析』。  
濱下武志・崔章集編 (2007),『東アジアの中の日韓交流』慶応義塾大学出版会。

(指導教員：白砂堤津耶)